

小売のお知らせ人気、「クーポン強」の構図がZ世代で崩壊 スーパー・百貨店・ドラッグストア最新調査

30代以下が百貨店・商業施設からののお知らせに期待する内容は？
プッシュ通知を機に若年層の約3割が行う意外な行動も明らかに

店舗集客や販促を目的とした企業のOMOアプリ開発やマーケティング支援、ソリューション導入において300以上の実績を持つ株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、15歳から69歳の男女4,016名を対象に「スマートフォンアプリのプッシュ通知に関するアンケート」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

本調査ではスマートフォンを利用している全国の老若男女4,016名へアンケート調査を行い、そのうち小売系の代表的なアプリでプッシュ通知を受け取っていると回答した375名に、さらに詳細なプッシュ通知利用状況調査を行いました。全調査結果はホワイトペーパーよりご覧いただけます。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/report_usage-push-notifications-2025-retail/

■ 調査結果ダイジェスト

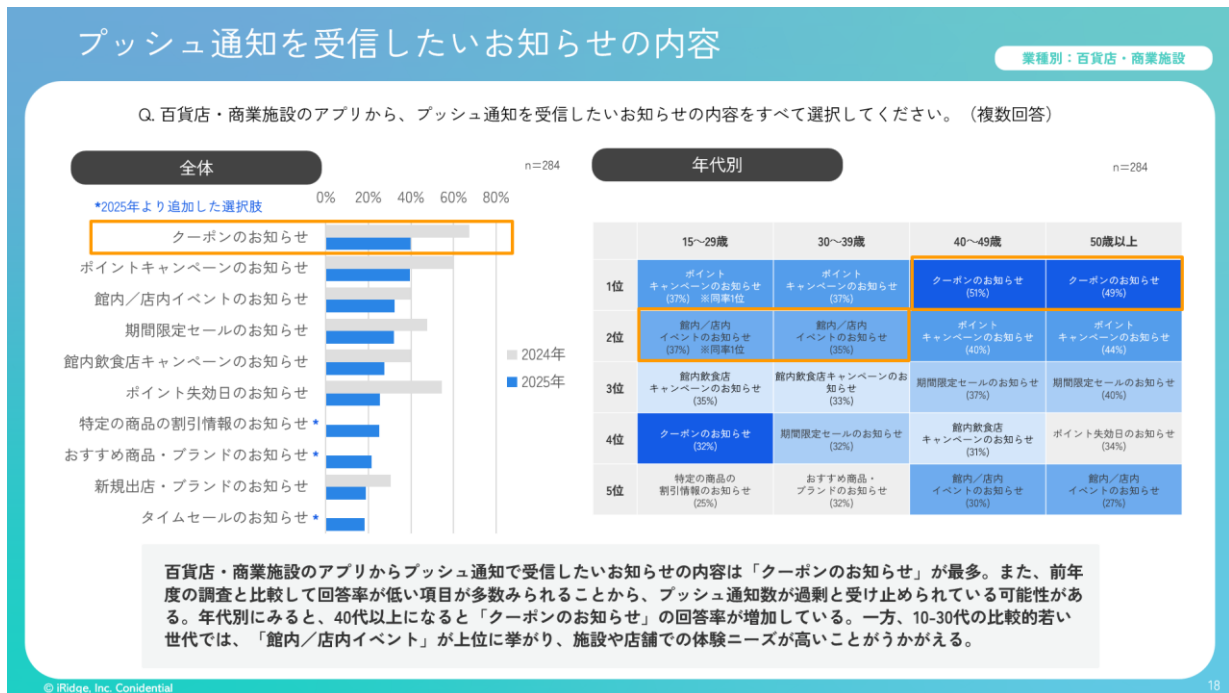
- ・全世代・小売3業種で首位だった「クーポン強」の構図がZ世代で崩壊
- ・30代以下が百貨店・商業施設からののお知らせに期待するのは「体験」
- ・プッシュ通知を機に若年層の約3割が行う意外な行動が明らかに

■ 全世代・小売3業種で首位だった「クーポン強」の構図がZ世代で崩壊



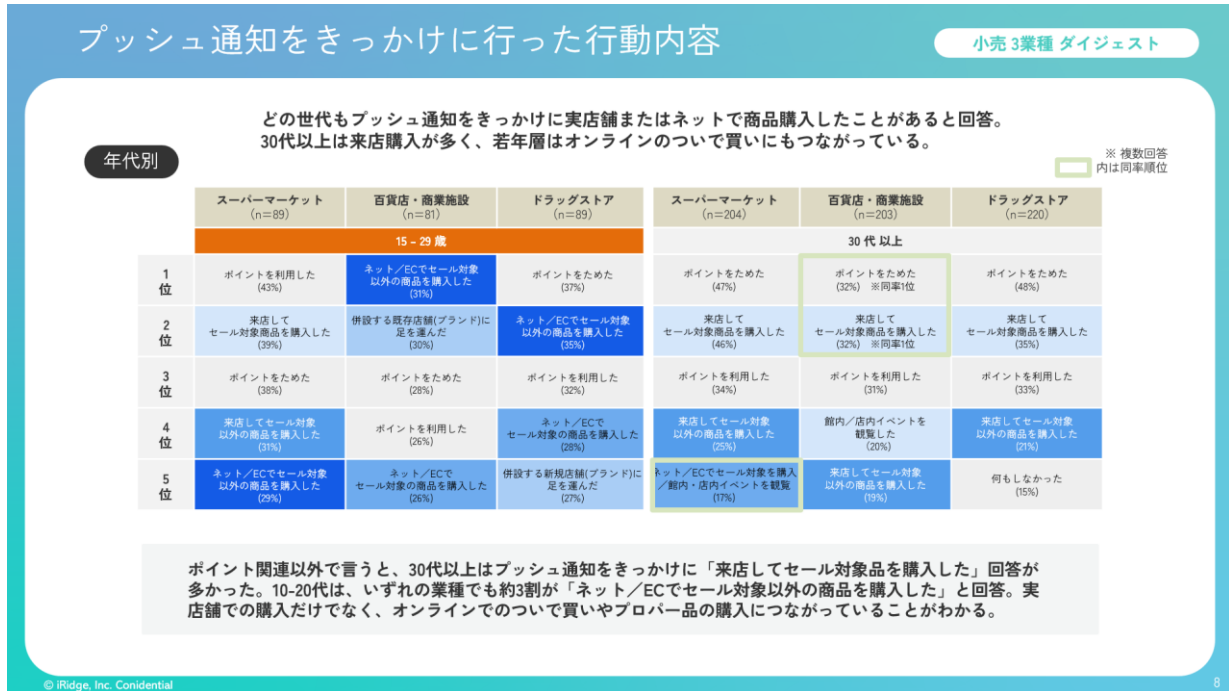
- ・プッシュ通知を受信したいお知らせの内容では、昨年調査時は小売3業種とも全年代で1位だったクーポンが、今回調査では10-20代（Z世代）で大幅下落
- ・10-20代の上位には30代以上でも人気の高いポイントキャンペーンやセール系も入る一方、館内・店内イベントや飲食店キャンペーンなど、コト消費への関心が高いことが浮き彫りになった
- ・30代以上では引き続きクーポンの人气が根強く、特にドラッグストアでは6割がクーポンのお知らせを受信したいと回答した

■ 30代以下が百貨店・商業施設からのお知らせに期待するのは「体験」



- ・百貨店・商業施設のアプリから受信したいお知らせの内容は「クーポンのお知らせ」が最多
- ・また、百貨店・商業施設アプリでは特に、前年度の調査と比較して回答率が低い項目が多数みられた
- ・百貨店・商業施設アプリは先行して公表済みの「1日に不快に感じる通知回数」でも他業種よりシビアにみられている傾向があり、プッシュ通知数が過剰と受け止められている可能性がある
※該当の調査は末尾の調査項目欄にリンクを記載しています
- ・年代別にみると、40代以上になると「クーポンのお知らせ」の回答率が増加している
- ・一方、10-30代の比較的若い世代では、「館内/店内イベント」が上位に挙がり、施設や店舗での体験ニーズが高いことがうかがえる

■ プッシュ通知を機に若年層の約3割が行う意外な行動が明らかに



- ・プッシュ通知をきっかけに行った行動内容で全体的に多かったのは「ポイントをためた」「ポイントを利用した」で、特に30代以上では3業種とも「ポイントをためた」が1位に
- ・ポイント関連以外で言うと、30代以上はプッシュ通知をきっかけに「来店してセール対象品を購入した」回答が多く、百貨店・商業施設アプリでは同率1位だった
- ・10-20代は、いずれの業種でも約3割が「ネット/ECでセール対象以外の商品を購入した」と回答
- ・若年層においては実店舗での購入だけでなく、オンラインでのついで買いやプロパー品の購入につながっていることがわかる

■ コメント

今回の調査では、これまで長らく小売アプリにおけるプッシュ通知の王道とされてきた「一律のクーポン配信」が、若年層を中心に見直されつつある実態が浮き彫りとなりました。特にZ世代においては、単なる値引き以上に限定イベントなどの体験価値が重視されるとともに、実店舗での利用を主とするアプリの通知を起点にオンライン（EC）で商品を購入するという、オンラインとオフラインの垣根を溶かすシームレスな消費行動（OMO）が定着し始めています。

タイプを重視し不要な通知にシビアな生活者が増えるなか、アプリを単なるデジタルチラシとして活用するフェーズから、一人ひとりの文脈に沿った最適な体験や購買の提案へとアップデートしていくことが求められています。アイリッジでは今後も、最適な顧客コミュニケーションを実現する「APPBOX」や UI/UX 支援を通じて、企業の課題解決とビジネス成長に貢献してまいります。

■ 調査項目

①アプリおよびプッシュ通知の利用動向

※参考リリース・ホワイトペーパー：<https://iridge.jp/news/202603/41016/>

- ・基本情報- iPhone / Android 利用率
- ・基本情報- 所持アプリ数

- ・よく使うアプリのカテゴリー
- ・プッシュ通知を許可しているアプリ
- ・プッシュ通知に対する意識・行動
 - プッシュ通知の受け取り状況
 - 不快に感じるプッシュ通知の回数
 - プッシュ通知の設定をオフにした経験
 - プッシュ通知の設定をオフにした理由
 - 受け取りたいプッシュ通知内容

②業界別のプッシュ通知利用動向

※今回のホワイトペーパーおよび本リリースの対象はこちらです

- ・（各業種別）アプリ/プッシュ通知に対する意識・行動
 - アプリをダウンロードしたきっかけ
 - プッシュ通知を受信したいお知らせの内容
 - プッシュ通知をきっかけとした行動の有無
 - プッシュ通知をきっかけに行った行動内容
 - プッシュ通知を受け取ってから行動に至るまでの所要時間
 - 不快に感じる1日のプッシュ通知数（全体・年代別）

■ 調査概要

調査名	スマートフォンアプリのプッシュ通知に関する調査（以下の内容で計2回実施） ①アプリおよびプッシュ通知の利用動向 / ②業界別のプッシュ通知利用動向
対象	15歳～69歳の男女 （②は①で特定のアプリでプッシュ通知を受信していると回答した人を対象に調査）
調査期間	①2025年12月4日～11日 / ②2025年12月16日～23日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	①4,016名 / ②375名

株式会社アイリッジ 概要 (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、スマートフォンアプリを活用した企業のOMO（Online Merges with Offline）支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS等のDXを推進しています。アプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」をはじめ月間アクティブユーザー数1億超のプロダクトを提供するとともに、グループ会社のQoilと連携したビジネスプロデュースにより、戦略立案から開発、マーケティング施策までを一気通貫で支援します。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社アイリッジ 広報担当 Email：pr@iridge.jp TEL：03-6441-2325